

公司代码：603607

公司简称：京华激光



京华激光

**浙江京华激光科技股份有限公司
2024 年年度报告摘要**

第一节 重要提示

- 1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 中汇会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
- 公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利5.00元（含税）。截至2024年12月31日，公司总股本178,516,800股，以此为基数计算，本次合计分配现金股利89,258,400.00元(含税)，剩余未分配利润结转至下年度。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。本年度利润分配预案尚须经2024年年度股东大会审议通过后实施。

第二节 公司基本情况

1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	京华激光	603607	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙晓东	孔丹婧
联系地址	浙江省绍兴市越城区中山路 89 号	浙江省绍兴市越城区中山路 89 号

电话	0575-88122757	0575-88122757
传真	0575-88122755	0575-88122755
电子信箱	Web@sx-jhlg.com	Web@sx-jhlg.com

2、 报告期公司主要业务简介

公司产品的工艺流程可折射出公司所处产业链的基本情况：公司外采卡纸、基膜、涂料等原材料，经光刻机制版、涂布、模压、镀铝等工序形成激光全息防伪膜，部分激光全息防伪膜对外销售，部分激光全息防伪膜供公司内部使用。激光全息防伪膜与卡纸复合形成具有防伪和装饰功能的激光全息防伪纸，再交付印刷厂，经印刷、模切等工序后形成烟草、白酒、电子产品、日用消费品等产品的包材。所以从行业分类的角度，公司处于造纸和合成材料行业的下游，同时又处于包装行业的上游。

（一）造纸行业

国家统计局最新数据显示，2024 年 1-12 月，我国机制纸及纸板产量 15,846.9 万吨，同比增长 8.6%。我国机制纸及纸板产量首次突破 1.5 亿吨大关，创历史新高。

从供需关系来看，造纸企业的产能投放速度快于市场需求增速，导致造纸行业整体呈现供大于求的格局，尽管 2024 年造纸企业纷纷启动提价计划，但提价的内生动力主要来自成本端而非需求端，即纸张的主要原材料是木浆，全球木材资源减少、环保政策加强，导致木浆供应相对紧张，且国内木材资源有限、进口依赖度较高，叠加汇率波动等因素进一步推高了纸浆的采购成本。2024 年造纸行业由于原辅材料价格持续高位运行，运营成本居高不下，造纸企业在成本端承压较重，故采取涨价的方式抵减成本端的压力。

白卡纸作为高端包装用纸，受国内经济总量不断增长及限塑令、禁废令等因素的影响，2024 年白卡纸市场需求有增长趋势。但同时面临经济内生动力不足、居民消费信心及意愿有待提高等问题，以上因素对消费恢复存在一定的影响，因此 2024 年白卡纸国内消费虽处于逐步恢复阶段，但增量相对有限。根据卓创资讯相关数据，2024 年我国白卡纸消费量 818.97 万吨，同比增长 0.84%，但仍未达到 2021 年的高点 879.54 万吨。从近五年同期消费水平来看，2024 年 1-4 月白卡纸消费量整体在近五年平均水平偏上位置，仅 2 月受假期因素影响，低于近五年平均水平。3 月消费量高于近五年最高值，这与开年后市场集中补货以及纸厂产量整体增长背景下进行以价换量有关；5-12 月消费量则多数时间处于近五年平均水平以下运行，反映出市场需求恢复动力不足，与产量处于近五年高点的水平相比，供需错配问题较为突出。

2024 年白卡纸年均价为 4439.13 元/吨，同比下降 5.82%。年内价格最高点为 1 月初的 4790

元/吨，最低点为10月底的4146元/吨，价格最大波动幅度644元/吨。从价格波动的驱动因素来看，产能持续扩张带来的供应过剩，与需求释放不足造成的供需错配是影响市场走势的主导因素；纸厂生产调整、成本波动以及新产能投放进度所带来的心理预期等因素交织影响市场阶段性走势。

公司生产的原材料主要是白卡纸、基膜、涂料等，其中，白卡纸在原材料的占比最大。白卡纸市场供应充足且不存在采购障碍，但白卡纸价格波动对公司业绩影响较大。受上游造纸行业供需错配问题突出、白卡纸价格下行等因素影响，公司成本端承压相对较小，对因消费分化、部分产品销售价格下降等因素对毛利率造成的负面影响形成了一定的正面支撑。

（二）包装行业

我国包装行业经历了高速发展阶段，现已建立起较大的生产规模，已成为我国制造领域里重要的组成部分。目前我国包装行业涵盖了设计、生产、印刷包装、包装原辅材料供应、包装机械以及包装设备制造等多个生产领域。

从产业链来看，包装行业产业链上游为原材料及设备供应商，包括包装用纸、通用塑料、木材、玻璃、铝材和包装机械等；中游为包装制造行业，包括纸质包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装和木质包装；下游为包装产品应用市场，主要包括医药行业、食品行业、医疗行业、烟草行业等。

包装市场竞争激烈，整体呈现出多元化的竞争格局。市场上既有国际巨头如Amcor、Bemis等占据主导地位，也有中国等新兴市场涌现出的具有竞争力的本土企业。这些企业在不同细分领域和市场中展开竞争，共同推动行业向前发展。目前，我国包装行业市场集中度相对较低。尽管少数企业在市场中占据领先地位，但整体来看，市场份额分布相对较为分散。中小企业在市场中仍占据重要地位。

公司主要为印刷包装企业提供包装材料，处于印刷包装行业的中游。其中，烟标作为卷烟产品定位、品牌宣传及防伪的重要载体，对原材料、工艺设计、防伪性等具有较高的要求，行业准入门槛较高。目前烟草行业对烟标的要求不再局限于产品包装和标识等基本要求，而对产品的可辨识度、防伪和品牌推广等方面提出了更高的要求。烟标生产行业与烟草行业的密切关联使其在市场上具有稳定的需求基础。烟标生产行业是烟草行业的重要组成部分，因此烟标生产行业受烟草行业整体相对平稳的影响，周期性特征并不明显。

（一）公司主要产品及主要业务情况

1、公司主要产品情况

公司立足于激光全息防伪和铂金浮雕技术，主要从事激光全息模压制品、铂金浮雕光学产品

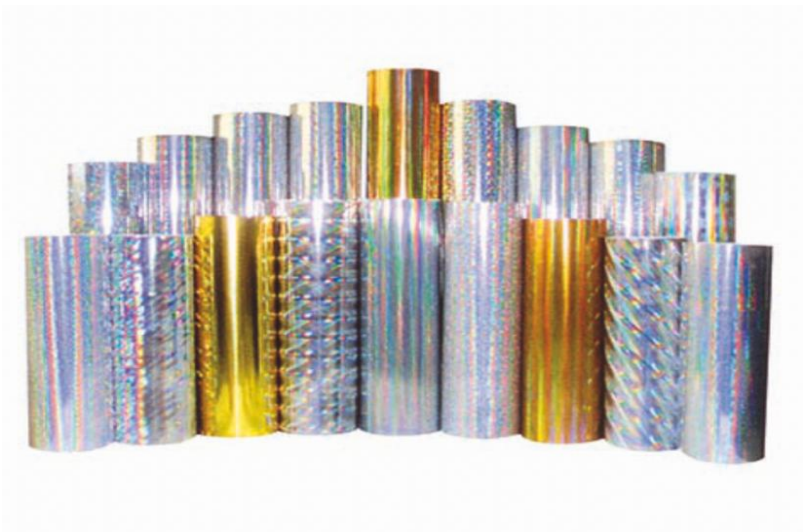
的制造、销售及技术开发。通过涂布、模压、镀铝、复合、横切等工序，产品所需文字、数字和图案的镭射/铂金金属质感效果“跃然纸上”，整个生产流程先形成激光全息防伪膜，激光全息防伪膜再与卡纸复合形成激光全息防伪纸，激光全息防伪纸交付客户指定的印刷厂，经印刷、模切等工序后，最终形成具有防伪和装饰功能的包装材料。

公司产品按照形态可分为激光全息防伪膜和激光全息防伪纸。产品结构以激光全息防伪纸为主，营业收入占比超过 80%。

（1）激光全息防伪膜

涂布是生产激光全息防伪膜的第一道工序，即以有机溶剂为载体，将有机溶剂和树脂的混合体通过涂布机均匀地涂布在原膜表面，有机溶剂蒸发后，形成原膜+树脂的复合结构。通过模压工序，在原膜表面的树脂上压印出所需的信息层（文字、数字和图像的镭射/铂金金属质感效果），形成原膜+树脂+信息层的叠加结构，再通过表面镀铝最终形成激光全息防伪膜。

激光全息防伪膜



（2）激光全息防伪纸

将激光全息防伪膜与卡纸复合后形成激光全息防伪纸，并按照客户的不同要求，分别对激光全息防伪纸进行剥离原膜和保留原膜处理：（1）激光全息防伪纸剥离原膜后，形成卡纸+树脂+信息层的主体复合结构，称之为激光全息转移纸。整个工艺流程中，原膜仅作为信息层的载体，实现将信息层转移至卡纸的功能，并不作为激光全息转移纸的组成部分。（2）激光全息防伪纸保留原膜，形成卡纸+树脂+信息层+原膜的主体复合结构，称之为激光全息复膜卡。整个工艺流程，原膜不仅作为信息层的载体存在，而且是激光全息复膜卡的重要组成部分。

激光全息防伪纸



激光全息转移纸/复膜卡经印刷后，形成具有防伪和装饰功能的包装材料。包装材料的防伪功能有助于提供品牌保护与产品认证价值、维护市场秩序和打击假冒伪劣、提升企业信誉与产品价值、规范渠道管理与防窜货等。包装材料的装饰功能有助于提高产品的辨识度，提升客户的品牌价值和经济效益。包装作为产品的第一广告，承载着企业产品重要的销售使命，是企业实现从产品到商品品牌价值转换，传递产品卖点，引导消费者消费的重要工具；包装也是将企业产品转化为可销售商品的唯一实物载体。消费者对于商品的需求主要来自两个方面：商品的功能价值和品牌情感价值，包装有助于商品在保证质量的前提下，建立品牌概念，赋予其品牌情感价值。

公司产品按技术实现路径可分为铂金浮雕产品和非铂金浮雕产品；按应用领域可分为烟草、白酒、日用消费品、电子产品等包装材料及文创产品。

2、公司主要业务情况

（1）烟标业务

烟标业务在传统模式的基础上，正逐步向高端、环保、智能方向发展。公司紧跟烟草行业的变革步伐，不断研发新技术、新材料，以满足烟草客户对烟标产品的多样化需求，为烟草客户提供更加环保、美观、防伪效果更加突出的烟标产品。同时，公司还注重与烟草客户的深度沟通与合作，共同探索烟标产品的创新设计，以提高烟草品牌的辨识度。烟标业务是公司传统且核心的业务之一。公司主要为“中华”“利群”“黄鹤楼”“黄山”“泰山”等国内知名烟草品牌的部分子品牌提供包材配套服务。公司在长期配套和服务烟草客户的过程中，与烟草客户建立了长期稳定的合作和信任关系，为双方后期持续合作打下了坚实的基础。

报告期内，在消费市场出现消费分化、部分烟标价格下调、部分品牌常规卷烟改中细支导致烟标用量下降的情况下，公司积极转换发展思路，主动适应市场，通过持续优化产品结构、转换

客户服务模式、积极开发潜在客户等措施，全面应对消费分化、部分烟标价格下降、烟草产品调整导致烟标用量下降带来的一系列经营风险。

报告期内，公司烟标业务实现营业收入 53,043.46 万元，同比减少 1.2%，主要原因是公司主要为中高端烟草品牌提供包材配套服务，部分中高端烟草品牌受消费分化的影响，销量受到影响，进而对公司的烟标业务产生一定的影响。

（2）酒标业务

公司通过全资收购瑞明科技进入酒标领域，瑞明科技专注酒标领域多年，其拥有的铂金浮雕技术具有高精分辨率、金属高光感、视觉凹凸感、立体浮雕的画面感、素雅晶透的高端质感以及明显的视觉差异化效果，制作的图案更加精细，并具有强烈的视觉冲击力。瑞明科技依托自身的技术优势，不断提升酒标产品的设计和质量水平，满足客户对高端、个性化包装的需求。同时，瑞明科技还积极拓展新的客户群体，不断开拓市场份额，为酒标业务的平稳发展奠定了坚实的基础。经过多年的市场拓展和客户开发，瑞明科技已与“习酒”“郎酒”“剑南春”“汾酒”“舍得”“古井贡”等知名白酒品牌建立和保持长期稳定的合作关系。

报告期内，公司酒标业务实现营业收入 15,419.05 万元，同比增长 17%。主要原因：一方面，在经济增速趋缓导致消费分化的情形下，中高端白酒消费受到一定影响，但公司主要配套的中端白酒较高端白酒受到的影响相对较小。另一方面，公司重视客户开发工作，通过不断拓展增量客户以抵消消费分化对酒标业务的部分影响，并为酒标业务持续稳定的增长提供了支撑。

（3）文创业务

公司文创业务始于早期为卡游龙头企业配套“奥特曼”卡牌。近两年公司在配套“奥特曼”卡牌的基础上，陆续新增包括“小马宝莉”“叶罗丽”“名侦探柯南”等知名 IP 的卡牌产品。卡游龙头企业通过精准的市场定位和强大的情感营销，成功地将“小马宝莉”“叶罗丽”等知名 IP 塑造成一种文化符号，对应的卡牌以其精美的设计和炫酷的色彩效果，迅速热销并成为学生社交的“密码”，卡牌热销的背后映射出学生的社交需求，即学生具有强烈的归属感和社交需求，与他人建立互动关系能使自己获得更多的幸福感和满足感。

公司不断加强与卡游龙头企业的紧密合作，力求获取最新、最热门 IP 的配套服务。同时，公司还注重卡牌产品的创新设计，力求在保留 IP 原有特色的基础上，融入更多的创意元素供客户选择，创新后的卡牌产品更具吸引力和收藏价值。

报告期内，公司文创业务实现营业收入 18,462.32 万元，同比增长 240.83%，主要原因是受益于“小马宝莉”“叶罗丽”等知名 IP 为代表的卡牌产品迅速风靡学生群体，并持续放量，公司

文创业务实现快速增长。

（二）公司主要经营模式

1、采购模式

公司生产所需的原材料主要是卡纸、基膜及涂料，能源主要是电力。

公司设有供应部、采购部和品管部，物料使用部门及其他相关部门根据客户订单或公司备库计划，核查库存情况，不足时向供应部提出采购申请，供应部负责制定采购计划，采购部负责实施采购计划及供应商评定工作，建立合格供应商档案；品管部负责供应商产品质量控制。

采购部选择供应商时，综合考虑供应商的生产能力、产品质量水平及稳定性、价格合理性、交付及时性及供应商的财务状况和履约能力等多种因素，建立合格供应商档案，做好记录，会同销售、生产、技术部门对供应商定期进行评估，公司重要原材料采购从合格供应商处采购。为确保供应渠道畅通，防止意外情况发生，同一种原材料一般采用两家或两家以上供应商，即供应商的A、B角原则。

采购原材料时，公司采用“以产定购+合理库存”的模式进行采购，供应部根据生产计划，结合安全库存、采购周期等情况编制采购计划，采购部向合格供应商进行询价、比价后择优选择，由采购人员负责具体执行。采购员须按规定与供应商签订书面供货合同，物资采购合同上约定质量、数量、交货期、付款方式和付款时间等内容，以降低采购风险。收到货后，品管部进行质量验收，验收合格后方可入库，供应部按照合同约定的付款方式及付款时间，及时与财务部对接并办理付款事宜。

2、生产模式

公司主要根据下游客户不同的要求进行定制化生产，故公司主要采用按订单生产的生产模式，有利于降低公司产品库存和滞销风险，减少资金占用。

公司在获取客户订单后，由供应部会同其他部门综合评估生产所需的原料、人员和设备，生产部制定相应的生产计划，并安排各个生产车间实施生产作业；公司对生产环节制定了专门的管理制度，整个生产流程受质量管理体系的控制。公司品管部负责对生产全程进行监控并对产品的质量进行抽检，产品生产完成后进行入库质量检测，检验合格后方可入库，并按照销售订单约定的内容向客户交付。

3、销售模式

公司主要通过参与招标的形式获取订单，中标后，公司与客户签订框架供货合同，客户通过提交实际采购订单确定产品的规格、数量、价格等信息。公司负责安排运输公司将产品运输至合

同指定的地点，完成实物交付。销售人员做好产品质量跟踪、客户回访等服务工作。

此外，对于非公开招投标的业务，公司主要通过商业洽谈的方式获取订单，并按照客户提交的订单组织生产和销售，并做好后续服务工作。

3、 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	1,691,656,626.37	1,606,959,514.36	5.27	1,405,785,518.60
归属于上市公司股 东的净资产	1,026,511,725.41	1,009,797,899.70	1.66	1,005,567,876.36
营业收入	906,229,447.15	758,730,374.16	19.44	879,240,518.35
归属于上市公司股 东的净利润	105,927,438.54	93,357,572.44	13.46	125,678,728.30
归属于上市公司股 东的扣除非经常性 损益的净利润	86,273,524.92	79,443,225.18	8.60	105,084,736.82
经营活动产生的现 金流量净额	159,960,428.63	73,034,778.94	119.02	111,336,692.98
加权平均净资产收 益率(%)	10.36	9.26	增加1.10个百 分点	12.54
基本每股收益(元 /股)	0.59	0.52	13.46	0.70
稀释每股收益(元 /股)	0.59	0.52	13.46	0.70

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	188,205,735.87	191,289,756.66	250,997,320.24	275,736,634.38

归属于上市公司股东的净利润	22,764,922.77	18,452,506.49	30,183,270.00	34,526,739.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	20,056,497.92	17,182,068.91	26,883,172.88	22,151,785.21
经营活动产生的现金流量净额	25,732,792.26	13,393,558.70	25,177,177.16	95,656,900.51

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					19,721		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					19,330		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
浙江兴晟投资管理 有限公司	0	56,456,585	31.63	0	无	0	境内非国有 法人
孙建成	0	22,358,974	12.52	0	无	0	境内自然人
冯一平	0	4,161,511	2.33	0	无	0	境内自然人
戚奇凡	-971,900	3,801,484	2.13	0	无	0	境内自然人
蒋建根	0	2,661,064	1.49	0	无	0	境内自然人
冯一红	0	2,423,942	1.36	0	无	0	境内自然人

袁坚峰	-230, 100	2, 137, 172	1. 2	0	无	0	境内自然人
谢高翔	0	1, 737, 151	0. 97	0	无	0	境内自然人
邵波	0	1, 464, 355	0. 82	0	无	0	境内自然人
招商证券国际有限公司－客户资金	1, 325, 200	1, 325, 200	0. 74	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，兴晟投资为公司控股股东，其中股东孙建成持有兴晟投资 67. 81%的股权，股东袁坚峰持有兴晟投资 11. 62%的股权，股东冯一平持有兴晟投资 10. 30%的股权，股东谢高翔持有兴晟投资 5. 70%的股权，股东邵波持有兴晟投资 4. 57%的股权。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

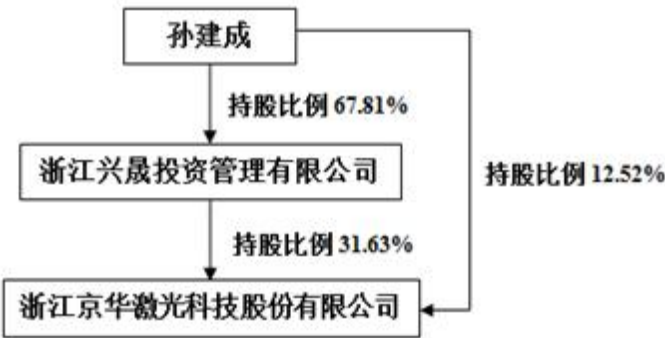
4. 2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4. 3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

☐适用 ☒不适用

5、公司债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司实现营业收入 90,622.94 万元，同比增长 19.44%；实现归属于上市公司股东的净利润 10,592.74 万元，同比增长 13.46%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 8,627.35 万元，同比增长 8.60%。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

☐适用 ☒不适用